

# LA COMUNICAZIONE NON FINANZIARIA: RISCHI ED OPPORTUNITA'

Prof.ssa Daniela Di Berardino

12 Novembre 2024

Quale  
comunicazione?

Finanziaria

Rendicontare gli impatti prodotti  
dalle attività aziendali sull'ambiente, sulla società e  
nell'economia

Non  
finanziaria

Azienda

Società  
civile



L'oggetto della comunicazione muta in funzione dei fini perseguiti dall'azienda

# Finalità d'impresa e contenuti della comunicazione

## Teorie neoclassiche

- Massimizzare il profitto
- Comunicazione finanziaria (bilancio)

## Teorie capitalistiche

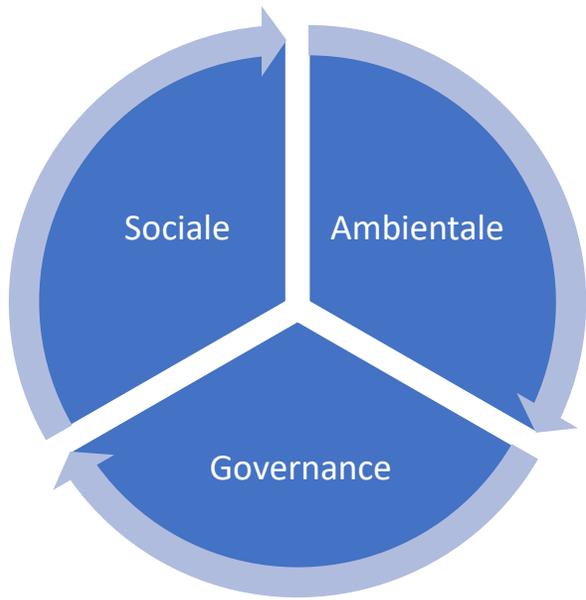
- Massimizzare i dividendi e il capital gain (azionisti)
- Comunicazione finanziaria allargata (bilanci, relazioni semestrali, comunicazioni price sensitive...)

## Teoria degli stakeholders (azienda come rete di relazioni)

- Creare valore per tutti gli stakeholders
- Comunicazione non finanziaria (bilancio sociale, bilancio ambientale, bilancio di genere...)

# Comunicazione non finanziaria...azienda motore dello sviluppo sostenibile

## Triple bottom line perspective /sostenibilità



Report di sostenibilità o ESG report

## Integrated thinking



Report integrato

# Primarie differenze

## Finanziaria

Modelli obbligatori  
Redazione fondata su principi  
statuiti da norme e  
generalmente accettati  
Quantitativa

Comparabile e obbligatoria  
Soggetta a controlli di validità  
(auditing)

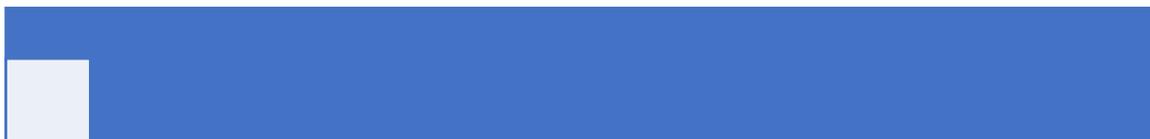
## Non finanziaria

Modelli diversi e firm-specific,  
redatti assumendo standard  
diversi (non norme)  
Quali-quantitativa (accoglie  
parti della com. finanziaria)  
Molta narrazione

Volontaria e non direttamente  
comparabile  
Non necessariamente  
verificata se non su base  
volontaria (assurance)

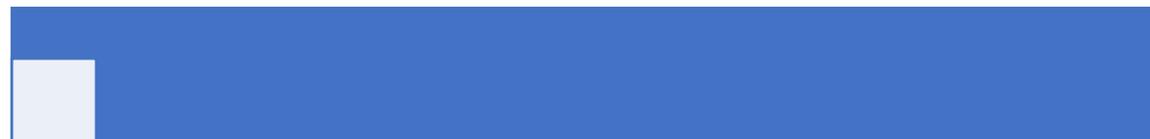
# Standard di riferimento

## Global reporting initiative (GRI)



- Standard per la sostenibilità distinti per settore e dimensione
- Prospettiva multi-stakeholders, si ispira ai principi della Triple Bottom Line, al Global Compact e al Carbon Disclosure Project (stakeholder theory + sostenibilità)
- Ultima versione 2021

## International Integrated reporting council (IIRC)



- Standard per il report integrato distinto per dimensione
- Prevale la dimensione dell'azionista-investitore (visione capitalistica e neoclassica)
- Ultima versione 2021...si fonderà con altri standard UK/US

# Nuove esigenze...la comunicazione non finanziaria diventa obbligatoria

Dichiarazione non finanziaria  
(D.lgs 254/2016)

ENTI DI INTERESSE  
PUBBLICO RILEVANTI  
(ES. SOCIETA' QUOTATE,  
BANCHE..) DI GRANDI  
DIMENSIONI (+500  
DIPENDENTI...)

L'assetto di governance e di gestione dei rischi

- Le politiche praticate dall'impresa
- I risultati conseguiti a livello economico, sociale, ambientale, verso i dipendenti...

Nuovo allegato al bilancio  
Soggetto ad un parere rilasciato da società di revisione  
Standard GRI o IIRC o altri...

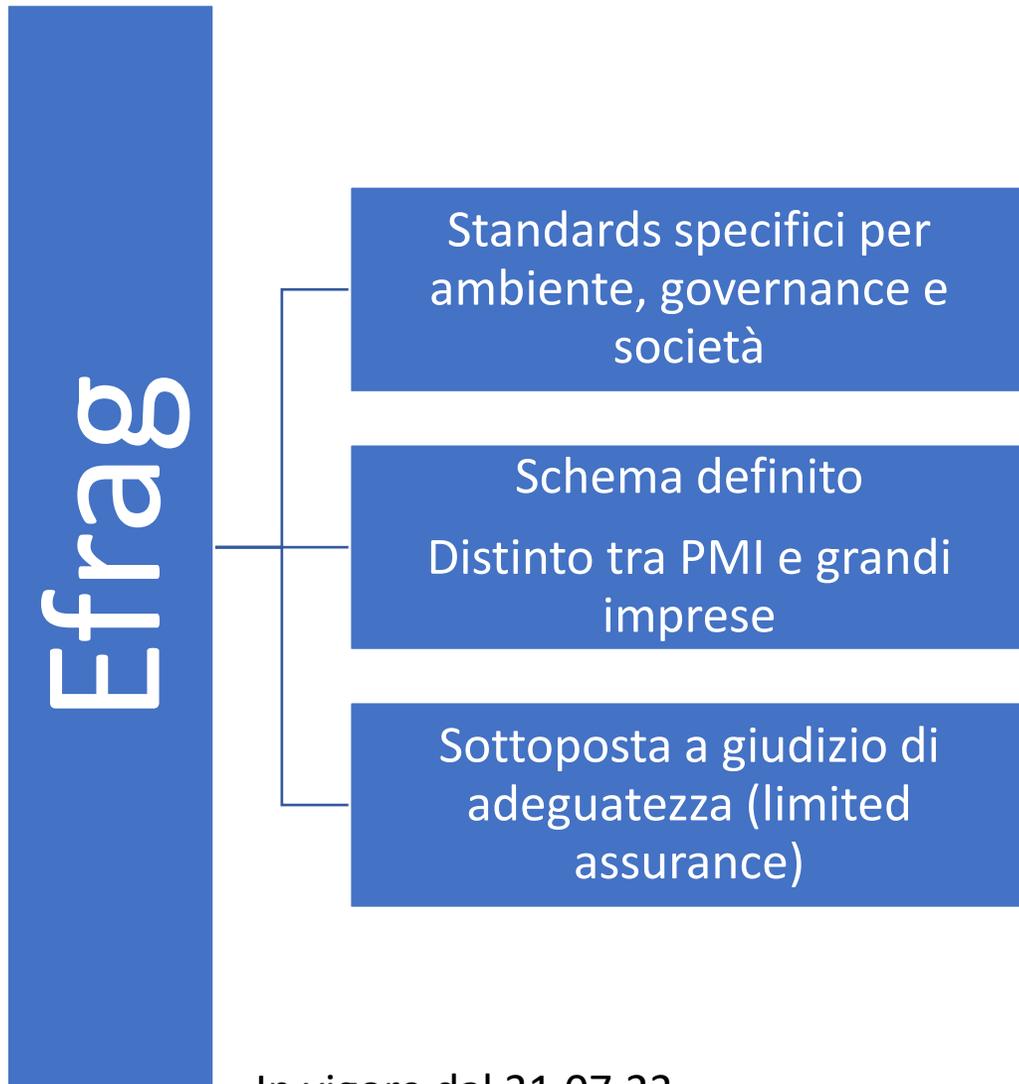
Corporate Sustainability  
Reporting Directive 2022/2464,  
(in vigore dal 2023 per bilanci  
2024)

ENTI DI INTERESSE  
PUBBLICO RILEVANTI  
Dal 2025 le altre grandi  
imprese (250  
dipendenti)  
Dal 2026 le PMI quotate

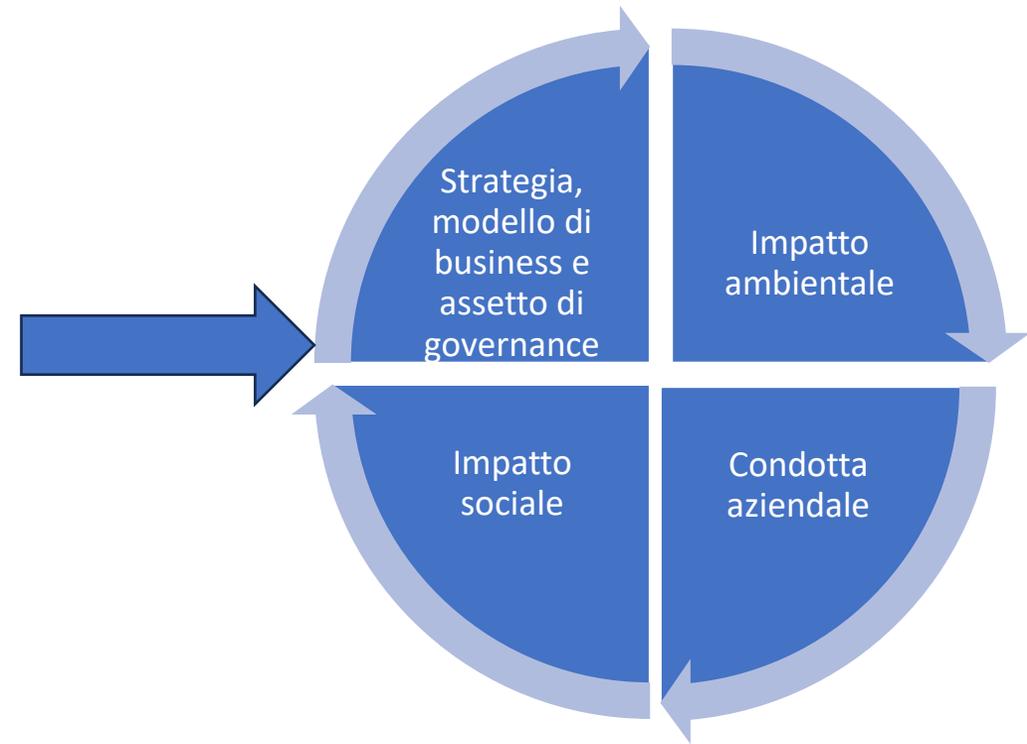
Informativa mirata su ESG

Inserito nella relazione sulla gestione  
Soggetto ad un parere rilasciato da società di revisione, standard EFRAG

# Report di sostenibilità. Standard europeo



In vigore dal 31.07.23



# Opportunità della comunicazione non finanziaria



a) riduzione delle asimmetrie informative con gli stakeholders (relazioni stabili) a supporto della fiducia e della corporate reputation



b) Migliore comprensione e gestione dei rischi di impresa, soprattutto degli impatti prodotti da talune politiche, si limitano le iniziative opportunistiche e che comportano costi socio-ambientali;



c) riduzione del costo del capitale...quindi migliore accesso al mercato dei capitali;

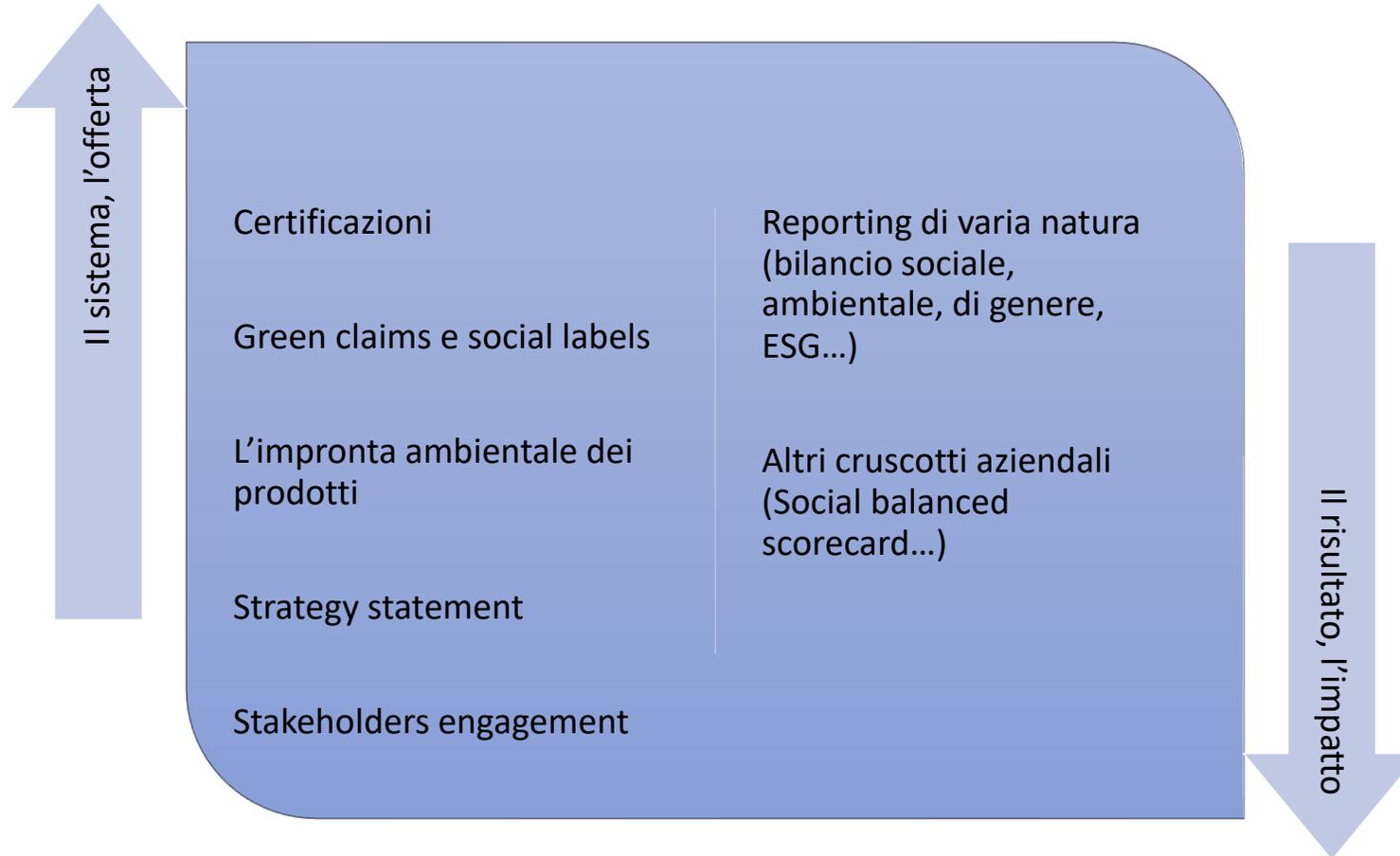


d) aumento dell'efficienza e della produttività, nonché della qualità dell'offerta; riduzione dei costi Operativi e aumento dei ricavi; aumento della competitività

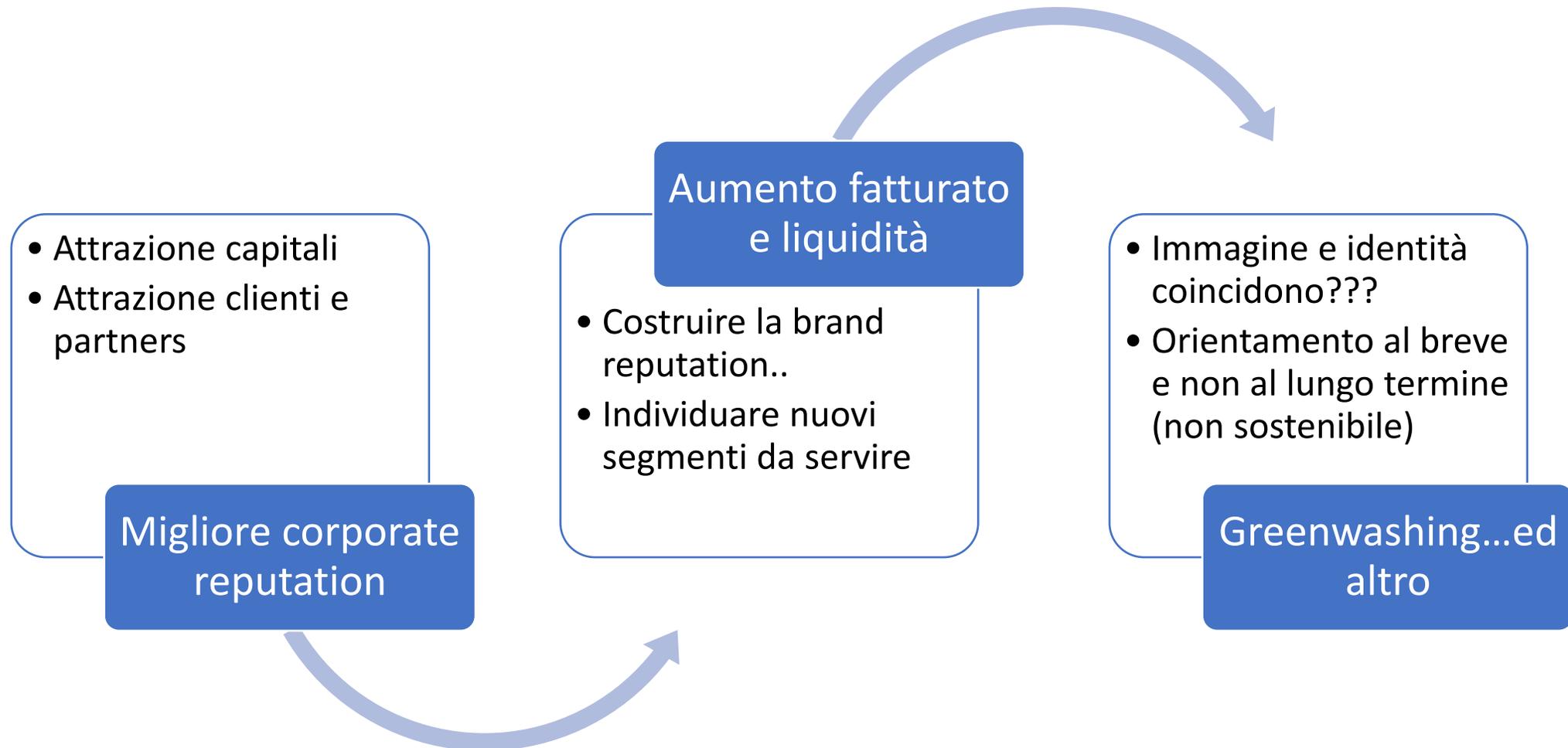


e) attrazione di capitale umano

# Si comunica anche in altri modi



# Rischi...



# Ipsos: 31% italiani fanno acquisti sostenibili anche se più costosi

Indagine per l'undicesima edizione de il Salone della Csr

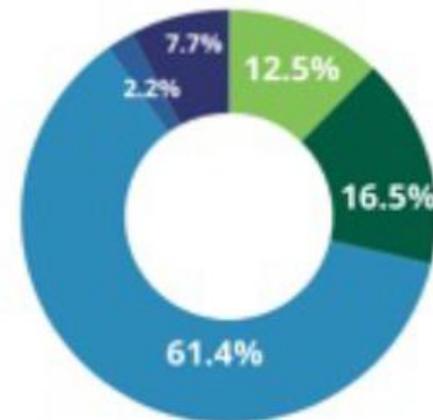
LUG 3, 2023  Sostenibilità

## Uso strumentale della sostenibilità

Autovaluta: in che misura sei un consumatore "sostenibile" cioè fai scelte di acquisto e di consumo oculate, in linea con i criteri di sostenibilità sociale, economica e ambientale?

Molto	Abbastanza	Sufficientemente	Poco	Per niente
15%	50%	28%	6%	1%

PENSANDO AL BENESSERE E AL FUTURO DELLA NOSTRA SOCIETÀ E DEI SUOI CITTADINI, CONSIDERI PRIORITARIO



-  IL TEMA AMBIENTALE
-  IL TEMA DELLA SALUTE E SICUREZZA
-  IL TEMA DELLO SVILUPPO CHE PONGA SULLO STESSO PIANO BENESSERE SOCIALE, AMBIENTALE ED ECONOMICO
-  IL TEMA DELLO SVILUPPO E DELLA CRESCITA ECONOMICA
-  IL TEMA DELL'EQUITÀ SOCIALE

# Decisione di acquisto: Fonti di informazione sulla sostenibilità dei beni e servizi

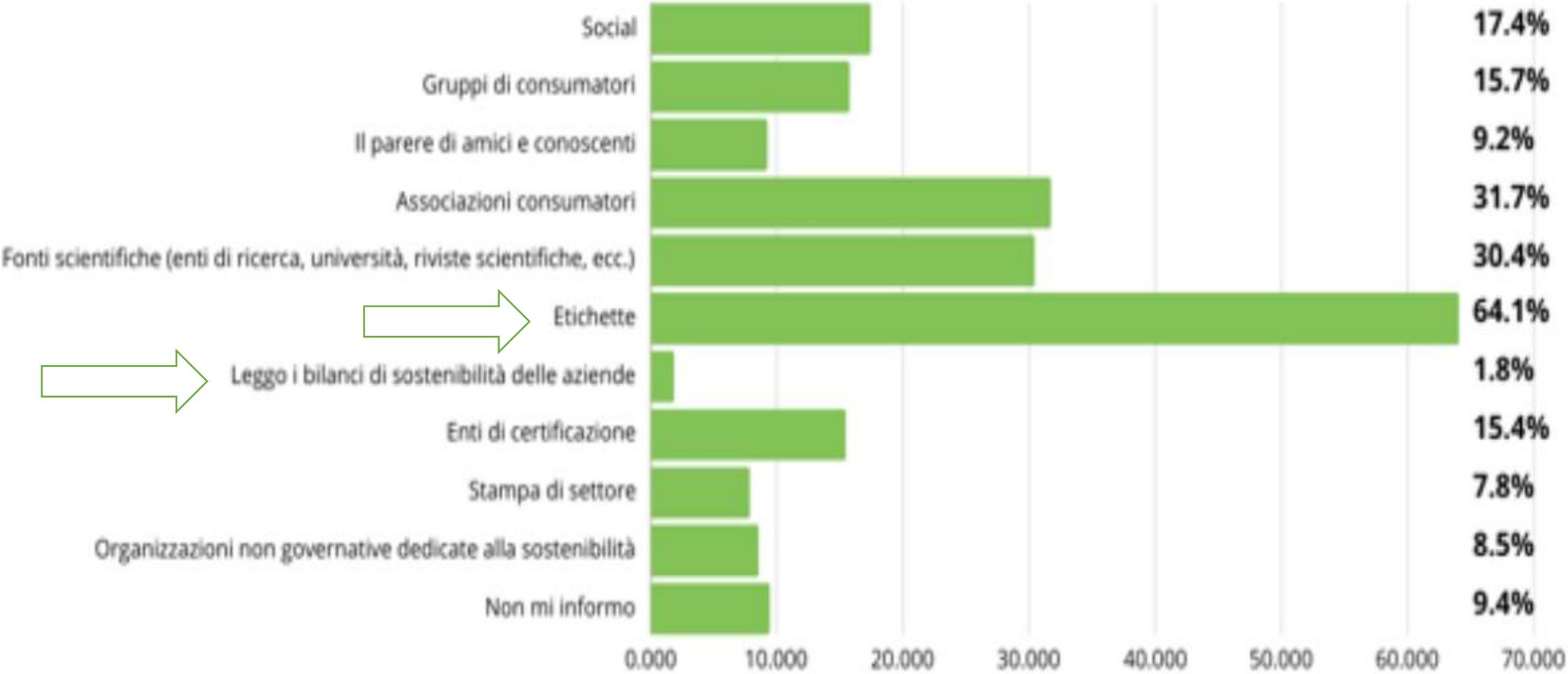


Figura 1 - Struttura del documento

Comunicare  
con il  
reporting

Brunello  
Cucinelli

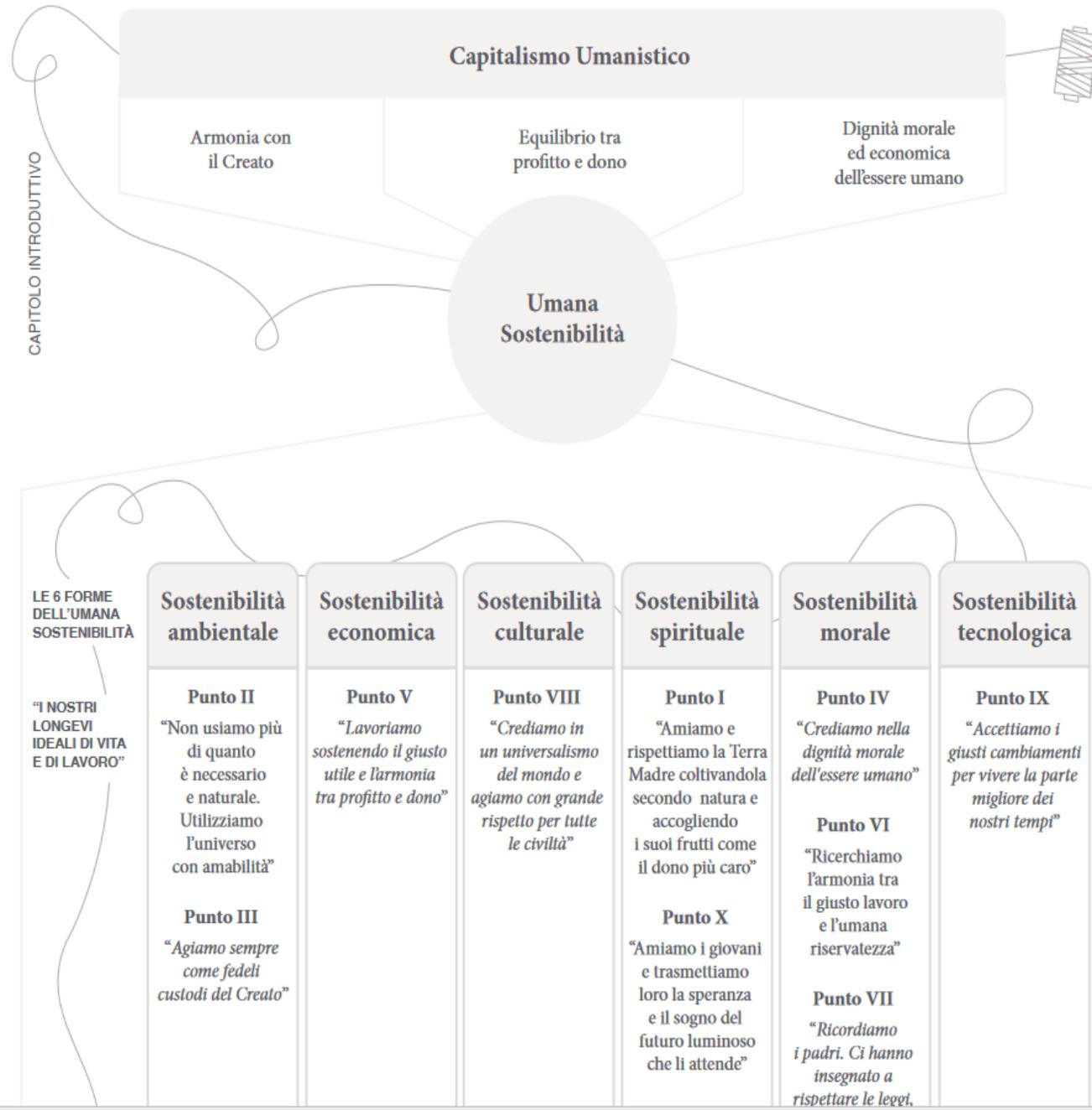


Figura 7 - Alcuni degli impegni presi nel nuovo Piano di Sostenibilità<sup>11</sup>

LE FORME DELL'UMANA SOSTENIBILITÀ	I PRINCIPALI IMPEGNI PRESI
<b>Sostenibilità ambientale</b>	<p>Piano pluriennale di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2 e 3), coerentemente con i principi della Science Based Targets Initiative (SBTi)</p> <hr/> <p>Progressiva sostituzione del parco auto aziendale con veicoli full electric e ibridi</p> <hr/> <p>Mappatura tramite dati primari dell'impatto ambientale dei fornitori di materia prima</p> <hr/> <p>Costruzione del nuovo polo produttivo nei pressi di Solomeo secondo i principi e le linee guida della certificazione LEED®</p>
<b>Sostenibilità economica</b>	<p>Formazione al management aziendale su tematiche di sostenibilità legate al prodotto e alle materie prime</p>
<b>Sostenibilità culturale</b>	<p>Incremento dei corsi offerti e del relativo numero di partecipanti alla Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri</p>
<b>Sostenibilità spirituale</b>	<p>Sviluppo del progetto "Abbellimento dei luoghi di lavoro" dei façonisti</p>
<b>Sostenibilità morale</b>	<p>Formazione manageriale per giovani talenti delle principali aree aziendali nell'ambito del "Patto Generazionale"</p> <hr/> <p>Estensione dell'attività di stakeholder engagement diretto alla totalità degli stakeholder del Gruppo</p>
	<p>Estensione della formazione non obbligatoria in materia di ergonomia e fisioterapia a tutte le funzioni potenzialmente a rischio</p>

Brunello Cucinelli

# BC: ambiente

**Tabella 9 - Consumi energetici (GJ)**

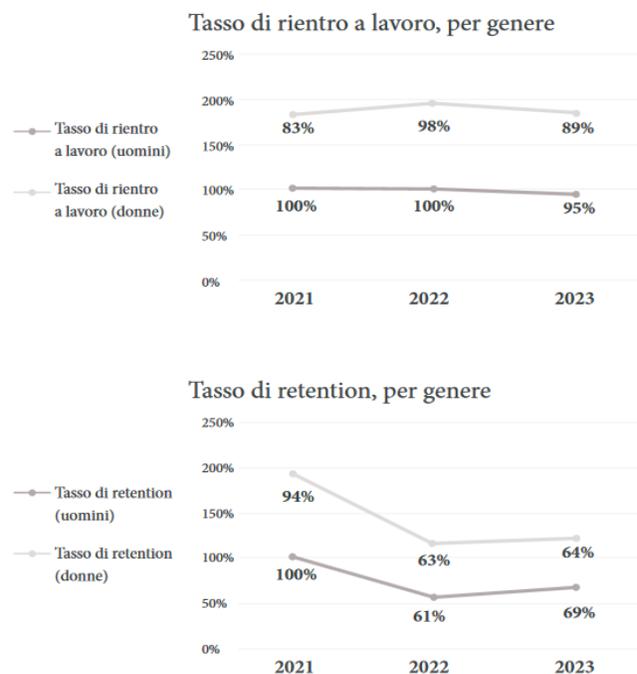
Fonte energetica	2021 <sup>42</sup>	2022	2023
<b>Gas naturale</b>	<b>18.148</b>	<b>19.053</b>	<b>15.777</b>
<b>Elettricità<sup>43</sup></b>	<b>43.271</b>	<b>48.867</b>	<b>54.863</b>
di cui da fonti rinnovabili	21.654	24.241	25.961
<b>Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili (impianto fotovoltaico a Solomeo)</b>	<b>537<sup>44</sup></b>	<b>576</b>	<b>466</b>
di cui autoconsumata	536,52	575,71	465,85
di cui venduta/ceduta in rete	0,13	0,04	0,00
<b>Parco auto aziendale con motore termico<sup>45</sup></b>	<b>7.264</b>	<b>7.289</b>	<b>9.893</b>
Benzina	0	16	53
Diesel	7.264	7.273	9.840
Metano	0	0	0
<b>Totale consumi energetici</b>	<b>69.220</b>	<b>75.785</b>	<b>80.999</b>
<b>Intensità energetica<sup>46</sup> (GJ/€)</b>	<b>0,10</b>	<b>0,08</b>	<b>0,07</b>

*GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione*

*GRI 302-3 Intensità energetica*

## Diversity & Inclusion KPIs

Figura 34 - Tasso di rientro e di retention a seguito del congedo parentale nel triennio 2021-2023, per genere (Gruppo)



## 2) Valutazione dell'impatto sociale generato dalle progettualità rivolte alle comunità del distretto di Zomba in Malawi

Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:

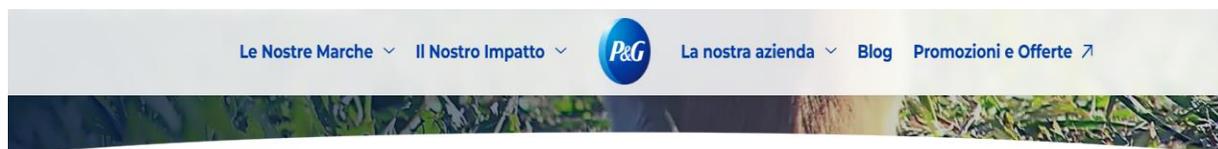
- Abitanti del distretto di Zomba (nello specifico: capi villaggio, donne coinvolte nei progetti locali, anziani e ragazzi interessati dalle attività e le rispettive famiglie);
- Soggetti attuatori dei progetti in loco.

Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: percezione di una maggiore sicurezza da parte degli abitanti; diminuzione dei livelli di malnutrizione e della mortalità; sviluppo di una maggiore capacità relazionale e stabilità nei rapporti familiari; rivalutazione della figura dell'anziano da parte dei componenti della comunità.

Dall'analisi effettuata sugli anni 2018-2022 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€4,38** per ogni Euro investito.

## Il social return on investments

# Comunicare con i claims e il prodotto



PROUDLY  
SUPPORTING  
**BE  
CRUELTY  
FREE**



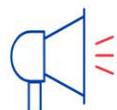
Il sostegno a #BeCrueltyFree è un altro passo avanti nel nostro **impegno a lungo termine per rendere obsoleti i test sugli animali**. Il nostro impegno è iniziato 40 anni fa attraverso ricerche, investimenti e collaborazioni per sviluppare e promuovere soluzioni alternative alla sperimentazione animale. Questi sforzi hanno consentito a noi e ad altri di sviluppare prodotti non testati sugli animali. I nostri contributi includono:



Investimenti per oltre **480 milioni di dollari** in oltre 40 anni **per soluzioni alternative ai test sugli animali**: i nostri ricercatori hanno sperimentato oltre 25 metodi senza animali, pubblicando più di 1.000 articoli scientifici.



**Collaboriamo con le principali organizzazioni internazionali per tutelare il benessere degli animali**, così come con università e associazioni industriali per promuovere in tutto il mondo l'adozione di test che non prevedono sperimentazione animale, basati su metodi cruelty free.



Da oltre **25 anni** promuoviamo l'uso e l'adozione di metodi di sperimentazione **senza test sugli animali** da parte di scienziati e politici di tutto il mondo.



**Fileni**

## Carni bianche, attenzioni verdi.

Coloriamo il nostro mondo di qualità e rispetto.

Certificazione

**B** Corporation

**THE CLIMATE PLEDGE**

**LEGAMBIENTE**

**Azioni sostenibili** →

# Quando l'identità è un'altra...

Ultimo aggiornamento

martedì 27 agosto 2024

Topic

Condividi



## Sfruttamento animale, ambientale e invivibilità per i cittadini

È di questi giorni la notizia che la Procura di Ancona ha aperto un nuovo fascicolo per getto di cose pericolose ex art 674 del codice penale a causa dei numerosi esposti dei residenti rivolti ad Arpam, carabinieri forestali e vigili urbani.

**I residenti, infatti, esasperati perché non riescono neanche più a dormire a causa dei cattivi odori**, si rivolgono costantemente alle autorità per lamentare la terribile situazione attorno **agli stabilimenti Fileni nella zona di Jesi** e tentare di risolverla.



## Le reazioni...

ENGLISH VERSION BELOW

Dichiarazione in Italiano | 12 gennaio 2024

Dopo un esame iniziale di 90 giorni del caso Fileni secondo la nostra [politica sui reclami pubblici](#), B Lab ha stabilito la necessità di condurre un'indagine approfondita completa. Le parti interessate possono trovare le conclusioni, a partire dall'inizio della revisione iniziale e dei prossimi passi, pubblicati sul [profilo pubblico B Corp di Fileni](#) all'interno del [Questionario sulla Trasparenza](#) (o 'Disclosure Questionnaire').

L'indagine è in corso da dicembre 2023. L'obiettivo di B Lab è di concludere l'indagine entro il secondo trimestre del 2024. Nel 2024, B Lab ha ingaggiato PwC, in qualità di consulente esterno con esperienza nel settore, di condurre un'indagine di accertamento dei fatti indipendente. L'indagine sarà condotta da specialisti di PwC che hanno esperienza nella conduzione di indagini complesse.

I risultati del processo di indagine di PwC saranno presi in considerazione dallo Standards Advisory Council di B Lab, che determinerà a sua volta la risoluzione del processo di indagine sulla base di tutte le prove presentate.

# L'assunzione di responsabilità

La falsa rappresentazione delle politiche ESG soggiace alle sanzioni, anche penali, già esistenti (truffa, pubblicità ingannevole...) applicate dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato come pratiche commerciali scorrette e concorrenza sleale

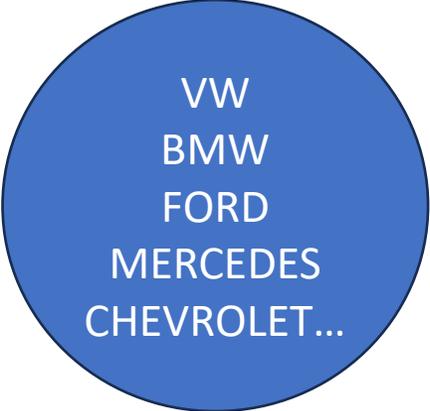
Non appare invece definita la presenza di sanzioni per la rendicontazione non finanziaria alterata o falsificata.....salvo che non alteri deliberatamente il valore di mercato delle azioni

# Green claims e greenwashing

- Strategia di comunicazione volta a costruire un'immagine ingannevolmente e falsamente positiva sul piano ambientale, per distogliere l'attenzione degli stakeholders verso i reali impatti negativi prodotti dall'organizzazione con le sue attività
- Alla base c'è un approccio volto ad ingrandire volutamente l'impegno dell'organizzazione a tutela dell'ambiente, facendo leva su una certa sensibilità del consumatore/investitore, impiegando specifici claims ingannevoli
- Si enfatizza un attributo positivo ma irrilevante...celando la maggior parte negativa
- Si divulgano informazioni imprecise, impiegando concetti vaghi (anche nei report) non supportati da dati e fonti verificabili
- ...nel peggiore dei casi si mente...

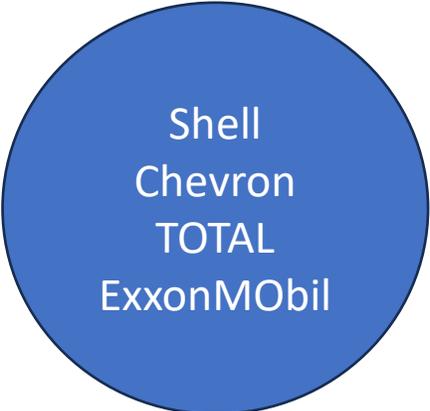


# Casi...solo dal 2019



VW  
BMW  
FORD  
MERCEDES  
CHEVROLET...

- Il dieselgate: software che falsificano le emissioni dei motori diesel per promuovere i veicoli come ecologici e rispettosi dell'ambiente (2019).



Shell  
Chevron  
TOTAL  
ExxonMObil

Solo il 12% dei loro investimenti erano in energie rinnovabili a fronte delle 60 dichiarate (2021)

ENI riceve sanzione di 5 mln€ per pubblicità ingannevole su ENIDiesel+ (2021) dichiarato prodotto a minori emissioni, sostenibile

# ..e ancora...il fast fashion

- citata in giudizio due volte per falsi “indicatori ambientali” nell’etichettatura (2022)
  - Oltre 300mila tonnellate di vestiti usati vengono bruciati o seppelliti ogni anno in discarica in UK (+8% emissioni Co2)
  - Violente proteste in Bangladesh per condizioni inumane lavoratori



- Riciclate solo al 50%

# Nel settore finanziario....

- Rapporto BCE (2022) relativi ai prestiti concessi dalle banche europee a 1.000 aziende tra il 2019 e il 2022
- <<I risultati hanno mostrato che **le banche che hanno dichiarato di avere una forte attenzione alla sostenibilità hanno concesso più prestiti alle aziende inquinanti rispetto alle banche che non hanno fatto tali dichiarazioni.**
- In particolare, le banche che hanno pubblicato un'informativa sulla sostenibilità **hanno concesso il 12% in più di prestiti alle aziende inquinanti** rispetto alle banche che **non hanno** pubblicato alcuna informativa>>



# ...e molti altri...



Unilever

Contraria alle confezioni multistrato e agli imballaggi ad elevato impatto ambientale, ha promosso la diffusione di bustine di plastica monouso (multistrato) per vendere i suoi prodotti nei paesi in via di sviluppo, bustine usa e getta che hanno devastato corsi d'acqua ed ecosistemi marini. (2022)

Non tossico

Naturale

Rapporto della CE (2021): il **42%** dei siti web aziendali che affermano di promuovere prodotti ecologici presenta *green claim* ingannevoli o pratiche commerciali scorrette.

Eco-friendly

Chemical free

Green

# Neologismi associati...la comunicazione distorta

---

**Brownwashing:** differenziazione visiva...associazione cromatica al marrone che evoca il senso del riciclo

---

**Greencrowding:** quando un'azienda aderisce a un gruppo o a un'associazione per beneficiare, a livello di immagine, della forza dei risultati del gruppo stesso.

---

**Genderwashing o rainbowwashing:** distogliere l'attenzione verso pratiche non sostenibili enfatizzando l'attenzione verso l'equità di genere, mostrando attenzione verso l'inclusione ...le attuali certificazioni di genere?

---

**Greenhushing:** quando il management aziendale sottostima i rapporti o nasconde le proprie credenziali di sostenibilità per eludere il controllo degli investitori.



# In sintesi....

---

Necessità di una assurance credibile, sui modelli di rendicontazione e sui sistemi di gestione (certificazioni)

Monitoraggio periodico...l'aderenza allo standard non basta...vanno verificate le politiche..la condotta

Cultura diffusa..consapevolezza...mainstream

Organizzativa ed  
individuale

Dei mercati

# Riferimenti

- Belotti, Teodori (2022), La Comunicazione non-finanziaria delle imprese di grandi dimensioni non quotate, Osservatorio dei Bilanci e della Comunicazione Economico-Finanziaria
- Picciaia (2024), La comunicazione istituzionale d'azienda e gli strumenti di rendicontazione non finanziaria, Giappichelli
- Miller (2017), Greenwashing culture, Routledge
- Szabo, Webster (2020), Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions, Springer Nature
- Berrone, P., Fosfuri, A., Gelabert, L. (2017). Does greenwashing pay off? Understanding the relationship between environmental actions and environmental legitimacy. Journal of Business Ethics
- Pellicelli (2024), La sostenibilità ambientale nel comparto moda come strumento per aumentare il valore del brand, EconomiaAziendale Online
- Bartolacci, Bellucci, Corsi (2023), Untangling sustainability reporting: theoretical approaches informing non-financial disclosure EconomiaAziendale Online



Grazie per l'attenzione

[daniela.diberardino@unich.it](mailto:daniela.diberardino@unich.it)